

**PENGARUH GAYA HIDUP (LIFESTYLE) , CITRA MEREK (BRAND
IMAGE), DAN KELOMPOK REFERENSI (REFERENCE GROUP)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR N-MAX DI
KOTA PONOROGO**



Nama : Rina Mustiani

NIM : 15413696

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2021

**PENGARUH GAYA HIDUP (LIFESTYLE) , CITRA MEREK (BRAND
IMAGE), DAN KELOMPOK REFERENSI (REFERENCE GROUP)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR N-MAX DI
KOTA PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Rina Mustiani

NIM : 15413696

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle) , Citra Merek
(Brand Image), Dan Kelompok Referensi (Reference
Group) Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda
Motor N-Max Di Kota Ponorogo

Nama : Rina Mustiani

NIM : 15413696

Tempat, Tanggal Lahir : Pacitan, 06 Desember 1996

Program Studi : Manajemen S-1

Isi dan Format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi persyaratan untuk diujikan
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

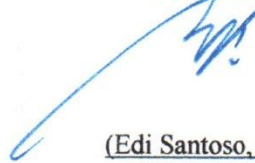
Ponorogo, 20 Januari 2021

Pembimbing I



(Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom)
NIDN. 0025057401

Pembimbing II



(Edi Santoso, SE., MM)
NIDN. 0721117501

Mengetahui

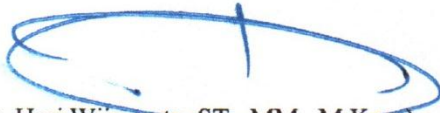
Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si)
NIK. 19760508 200501 11

Dosen Penguji

Penguji I



(Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom)
NIDN. 0025057401

Penguji II



(Titi Rapini, SE., MM)
NIDN. 0005056301

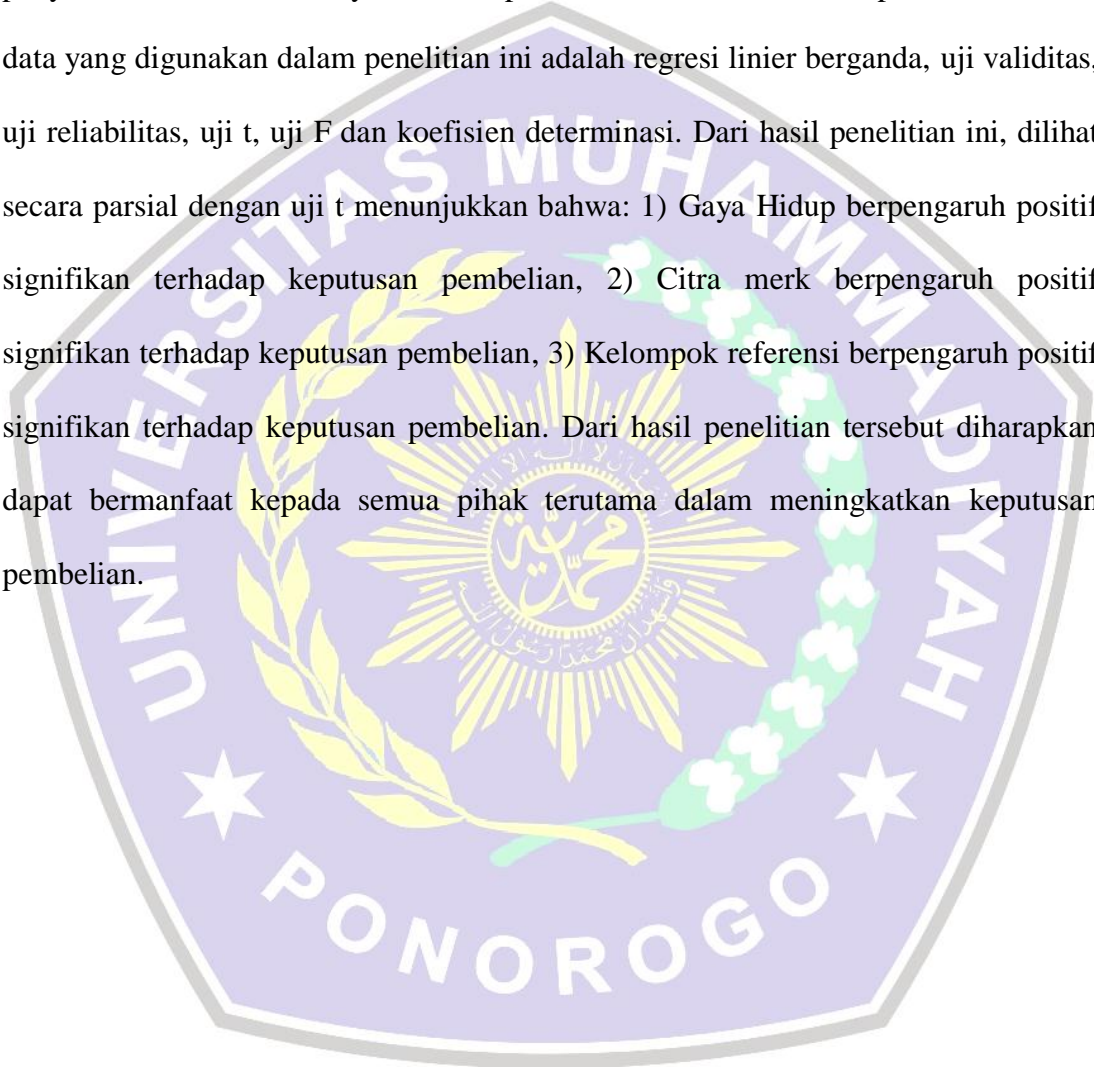
Penguji III



(Sri Hartono, SE., MM)
NIDN. 0730127102

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Keputusan Pembelian yang terdiri dari Gaya Hidup, Citra Merek, Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor N-MAX di kota Ponorogo. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer yang di peroleh dari hasil penyebaran kuesioner. Obyek dalam penelitian ini adalah 97 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji t, uji F dan koefisien determinasi. Dari hasil penelitian ini, dilihat secara parsial dengan uji t menunjukkan bahwa: 1) Gaya Hidup berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, 2) Citra merk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, 3) Kelompok referensi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil penelitian tersebut diharapkan dapat bermanfaat kepada semua pihak terutama dalam meningkatkan keputusan pembelian.



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta keridhoan-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH GAYA HIDUP (LIFESTYLE) , CITRA MEREK (BRAND IMAGE), DAN KELOMPOK REFERENSI (REFERENCE GROUP) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR N-MAX DI KOTA PONOROGO”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan kekurangan, peneliti menyadari dalam keberhasilan penyusunan skripsi ini peneliti mendapatkan bantuan, dukungan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan Rahmat serta HidayatNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Happy Susanto, MA., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan fasilitas serta dukungan dan kesempatan untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Dr. Hadi Sumarsono, S.E, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Ponorogo yang telah memeberikan kesempatan untuk menempuh Program Studi S-1 Manajemen di Fakultas Ekonomi.

4. Naning Kristiyana, SE., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Bapak Dr. Heri Wijianto, SE., MM. dan Bapak Edi Santoso, SE., MM. selaku pembimbing skripsi penulis, yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta kesabarannya untuk membimbing, mengarahkan, mendukung penulis dalam penyusunan skripsi hingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Segenap dosen dan staff Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan banyak bekal ilmu selama kegiatan perkuliahan berlangsung.
7. Teman-teman Manajemen angkatan 2015 yang masih berjuang untuk skripsi ini.
8. Kepada seluruh pihak yang belum penulis sebutkan, terimakasih telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membbantu menyelesaikan skripsi ini, semoga Allah SWT membalas kebaikannya dan memberikan ridhoNya kepada kita semua. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Ponorogo, 15 Januari 2021

Penulis,

Rina Mustiani

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyampaikan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, Januari 2021



(Rina Mustiani),
NIM. 15413696

DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen.....	8
2.2 Pemasaran	10
2.2.1 Manajemen Pemasaran	12
2.2.2 Konsep Manajemen Pemasaran	12
2.3 Bauran Pemasaran.....	14
2.4 Perilaku Konsumen.....	15
2.5 Keputusan Pembelian	21
2.6 Gaya Hidup	24
2.7 Citra Merek.....	25
2.8 Kelompok Referensi	28
2.9 Penelitian Terdahulu	32

2.10 Kerangka Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Populasi Penelitian.....	34
3.2 Sampel Penelitian	34
3.3 Metode Pengambilan Data.....	36
3.4 Definisi Operasional Variabel	37
3.4.1 Variabel Dependen	37
3.4.2 Variabel Independen	38
3.5 Metode Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Responden	44
4.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	44
4.1.2 Usia Responden	44
4.1.3 Status Pembelian.....	45
4.1.4 Penghasilan Responden	46
4.1.5 Pendidikan Responden.....	47
4.2 Deskripsi Tanggapan Responden.....	47
4.2.1 Variabel Gaya Hidup (X1)	47
4.2.2 Variabel Citra Merek (X2)	50
4.2.3 Variabel Kelompok Referensi (X3)	52
4.2.4 Variabel Keputusan Pembelian (Y)	55
4.3 Metode Analisis Data.....	58
4.3.1 Uji Instrumen	58

4.3.2 Analisis Regresi Berganda.....	61
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	62
4.3.4 Uji T.....	63
4.3.5 Uji F.....	66
4.3.6 Pembahasan	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	72
5.2Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN	77



DAFTAR TABEL

Table 4.1 Karakteristik Responden.....	44
Table 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Table 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pembelian	45
Table 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	46
Table 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	47
Table 4.6 Tanggapan Responden Variabel Gaya Hidup (X1)	48
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Variabel Citra Merek (X2)	50
Table 4.8 Tanggapan Responden Kelompok Referensi (X3)	53
Table 4.9 Tanggapan Responden Keputusan Pembelian (Y)	56
Table 4.10 Hasil Uji Validitas	59
Table 4.11 Hasil Uji Realibilitas.....	60
Table 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	61
Table 4.13 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	63
Table 4.14 Hasil Uji T (Parsial)	64
Table 4.15 Hasil Uji F	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran	33
------------------------------------	----

